

Tendencias gastronómicas predominantes en la producción de revistas científicas de Iberoamérica

Hernández Heredia, Cesar; Tamayo Salcedo, Ana Leticia; Castro Ricalde, Diana; Muñoz Muñoz, Irma

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hernández Heredia, C., Tamayo Salcedo, A. L., Castro Ricalde, D., & Muñoz Muñoz, I. (2016). Tendencias gastronómicas predominantes en la producción de revistas científicas de Iberoamérica. *CIENCIA ergo-sum : revista científica multidisciplinaria de la Universidad Autónoma del Estado de México*, 23(1), 76-84. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-46513-8>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

Tendencias gastronómicas predominantes en la producción de revistas científicas de Iberoamérica

César Hernández Heredia*, Ana Leticia Tamayo Salcedo*, Diana Castro Ricalde* e Irma Muñoz Muñoz*

Recepción: 2 de julio de 2014

Aceptación: 12 de marzo de 2015

*Universidad Autónoma del Estado de México, México.

Correo electrónico: chernandezh@uaemex.mx; alts2002@hotmail.com;

castrod4@gmail.com; mumisy@hotmail.com

Se agradecen los comentarios de los árbitros de la revista.



Resumen. Se abordan las tendencias gastronómicas con el propósito de conocer las áreas de oportunidad para la investigación en este campo. Se discute acerca de lo que se llama indistintamente ciencia, arte o disciplina y se explican conceptos relacionados con tendencias y modas para diferenciar dichas prácticas en el ámbito gastronómico. Se mencionan tres de las tendencias gastronómicas encontradas mediante una revisión de 142 artículos publicados en revistas indizadas en Redalyc, Latindex y SciELO, y se describen las características de las tendencias predominantes en la producción científica de Iberoamérica. Se discute si la gastronomía es una ciencia, arte o disciplina, la tendencia predominante en México y qué se debería investigar, en términos prospectivos, en el ámbito gastronómico.

Palabras clave: tendencias gastronómicas, producción científica, revistas iberoamericanas indizadas.

Main Culinary Trends in Scientific Journals Production of Ibero-American States

Abstract. An approach to gastronomy from culinary trends is made in order to identify the research opportunities in this field. First, there is a discussion about what has been called indistinctly, science, art or discipline. On the other hand, some concepts are described about trends and fashion, to distinguish both practices in the gastronomic field. The third part of the article explains the analysis of some indexed journals in Redalyc, Latindex and SciELO as part of the Ibero-American scientific production, in relationship with three main culinary trends, which are also described. The conclusion discusses about if gastronomy is a science, art or discipline; which is the main trend in Mexico, and what are the challenges and prospects to research on this field.

Key words: gastronomic trends, scientific production, Ibero-American indexed journals.

Introducción ¿Ciencia, arte o disciplina?

Hablar del mundo gastronómico es hacer referencia a una totalidad de formas de preparar, cocinar y presentar los alimentos, de manipularlos higiénicamente y decorarlos, de fusionar sabores y aromas, de combinar ingredientes y diseñar recetas, incluso se trata de prestar servicios de calidad, de administrar los establecimientos de alimentos y bebidas. También implica investigar las tendencias de la gastronomía, recuperar,

conservar y promover la cultura gastronómica nacional y de crear productos gastronómicos innovadores atendiendo a las demandas de los comensales, a las condiciones económicas, políticas y sociales que sin duda tienen gran influencia en este ambiente tan extenso que abarca el campo de los alimentos. De acuerdo con *Food and Culture Encyclopedia*:

Además de sólo embellecer el ritual del consumo, ahora la gastronomía involucra el aprecio y la comprensión de diversas vías

relacionadas con la cocina y con la producción de alimentos. A modo de ilustración, el gastrónomo contemporáneo haría bien en adquirir algunos conocimientos vinculados con la química y física de los alimentos, con la historia de la comida, con los modos de comer, y con antropología culinaria, incluyendo el vínculo con las múltiples culturas del mundo a través de la información tecnológica (citado en Santich, 2007: 4).¹

Esta variedad de elementos, prácticas e incluso visiones que se interrelacionan entre sí y dan lugar a múltiples combinaciones han propiciado que la gastronomía reciba diversas denominaciones desde la perspectiva de la ciencia, del arte y de la disciplina, y ello haga más complejo su estudio. Sin embargo, existe un acuerdo en que su esencia radica en la comida, independientemente de si ésta es considerada “buena”, a decir del antropólogo Levi Strauss, o “la mejor posible”, de acuerdo con las palabras de Brillat Savarin (Gillespie, 2001; Schlosburg, 2011; Santich, 2007).²

Quienes estudian a la comida desde el punto de vista científico (Arboleya, 2014; Vega *et al.*, 2012) concuerdan en que para generar nuevas posibilidades, profundizar en el conocimiento de los alimentos e incrementar el potencial innovador del campo de la gastronomía resulta indispensable su estudio y experimentación. Y es la posibilidad de investigar, de debatir y reflexionar en torno al mundo culinario, de “practicar” en un laboratorio propio, que es la cocina, creando aromas y sabores originales en recetas y platillos, así como de aprovechar todas las herramientas tecnológicas en favor de la alimentación, lo que otorga a la gastronomía su carácter de ciencia.

A través del tiempo, la curiosidad, la creatividad y el poder de observación de cocineros y panaderos hicieron posible el conocimiento de la gastronomía al considerarla una forma de expresión y exploración; luego, la experiencia y el entrenamiento adquirido paulatinamente por los aprendices de cocina permitieron comenzar a entenderla y visualizarla fuera del terreno de las ollas y los fogones. Después su estudio y experimentación dieron lugar a carreras y cursos para especializarse a través de los cuales los chefs dieron rienda suelta a su inspiración y capacidad de innovación posicionando a la gastronomía como un importante campo del saber, aunque poco explorado. En la actualidad se reconoce como parte intrínseca del patrimonio cultural de un lugar y como ámbito de encuentro de múltiples disciplinas como la química, la física, la antropología e incluso de la arquitectura, lo que sin duda ha incrementado su aprecio y reputación entre los estudiosos de dichas profesiones, entre gastrónomos y comensales.

De aquí también que su rápido crecimiento haya favorecido en el mundo la aparición de numerosas publicaciones que

difunden y divulgan los avances científicos y tecnológicos en dicho campo (como *Journal of Food Science*, *International Journal of Food Science and Technology*, *Food Science and Technology*), de organizaciones que financian y apoyan programas y proyectos gastronómicos (Institute of Food Technologists en Estados Unidos, Institute of Food Science & Technology en el Reino Unido, International Union of Food Science and Technology, en Londres) y de instituciones educativas que forman y especializan profesionales e investigadores, dedicados al estudio de *food science* o de la ciencia y la cocina (como la Universidad de Cornell, Penn State University y la Universidad de Massachusetts, en Estados Unidos, así como la Universidad de Leeds en Gran Bretaña y la Universidad de Manitoba en Canadá), por citar ejemplos donde se resalta ese carácter científico.

Para quienes defienden a la gastronomía como arte (Torre Marina, 2007; Tomassini, 2002) argumentan que no se come únicamente para saciar el hambre, sino y sobre todo, para degustar, para vivir una experiencia estética, porque la apreciación de los alimentos involucra los sentidos y depende del gusto, del placer y de aquello que le da satisfacción a una persona (de ahí su estimación subjetiva). Por otra parte, y tal como ocurre con una obra artística, comprende a un sujeto creador, a un objeto artístico y al público receptor.

Es así que el producto gastronómico manifiesta lo que su autor desea expresar, pero a un mismo tiempo comunica aquello que el comensal valora y por lo que puede sentirse atraído e incluso satisfecho. La gastronomía sin duda no sólo depende de la imaginación, de la creatividad, de la capacidad artística del chef o de las habilidades del cocinero, sino que a un mismo tiempo expresa la cultura de la región o grupo de la cual proceda la cocina que se trate, permite su difusión y también apreciación en otros ámbitos y por otros sujetos.

El filósofo Immanuel Kant, máximo representante del criticismo, sabía apreciar todos estos elementos estéticos de los alimentos, alejados del raciocinio, y cercanos a la percepción y al placer, y que solía ofrecer en su casa comidas dominicales para no más de nueve invitados. Durante ellas prohibía tratar algún tema filosófico, ya que eran momentos que “debían consagrarse para honrar al cuerpo [...] en una mesa rodeada de hombres de gusto, unidos tan sólo por el [gusto] estético” (citado en Beltrán, 2004: 9).

1. La traducción es nuestra.

2. A él se le atribuye la popularización del término *gastronomía*. La define como “el conocimiento y la comprensión de todo lo relacionado con lo que el hombre come. Su propósito es asegurar la preservación de la humanidad, usando el mejor alimento posible”. El concepto lo publicó en 1826 en su libro titulado *Physiologie du goût* (*La fisiología del gusto*) (Schlosburg, 2011; Santich, 2007).

Otros estudios suelen llamar a la gastronomía *disciplina* (Muñoz, 2007; Alonso, 2013), ya que la consideran una materia autónoma y autosuficiente que integra un cuerpo de conocimientos y está dotada de fundamentos propios. Además, presenta prácticas institucionalizadas que pueden ser aprendidas por otros a través de un proceso de formación o capacitación con el fin último de ayudarlos a desarrollar saberes teóricos y habilidades prácticas para la preparación y presentación de los alimentos con todo lo que ello implica (selección, adquisición y combinación de ingredientes, aplicación de técnicas e instrumentos para su integración y cocimiento, diseño y montaje de platillos, etcétera).

López (2013) establece que incluso debe denominarse *disciplina académica* (aunque no hace referencia explícita a la gastronomía, pero podría considerarse por extensión) porque es constituida institucionalmente, posee un objeto particular de estudio y un bagaje de conocimientos especializados sobre ese objeto, teorías y conceptos que lo organizan, lenguaje especializado y métodos específicos. Además suele ser en las universidades o instituciones educativas donde se enseñan y aprenden distintas disciplinas a través de diversas prácticas y durante una progresiva trayectoria escolar. Asimismo, su legitimación puede darse a través de diversas publicaciones cuya autoría sea de personas con prestigio y reconocimiento en el campo de estudio que se trate.

En el caso de la gastronomía puede afirmarse, desde el punto de vista disciplinario, que su objeto de estudio es la relación que el hombre establece con los alimentos y por ello su investigación ha producido múltiples conocimientos especializados a partir de diversos campos y perspectivas: desde la medicina o la salud (alimentarse para vivir y nutrirse), de la historia (para conocer cómo han evolucionado las formas de alimentarse y de obtener la comida desde la prehistoria hasta nuestros días), o bien desde la antropología (cuyo interés radica en los símbolos y significados culturales de los alimentos), así como desde la perspectiva económica (producción y abastecimiento de materias primas que constituyen el sustento de campesinos, granjeros, pescadores, cazadores, distribuidores, proveedores, entre otros).

Este objeto de estudio ha sido abordado desde el campo de la filosofía (para la reflexión y análisis de las múltiples facetas de los alimentos y cómo el hombre las percibe a partir de sabores, técnicas, lenguaje) de la física y la química (por la composición e incluso descomposición de los ingredientes, su estructura, aplicación de procesos y productos químicos) y desde la industria turística (vista como un servicio básico para el turista, pero también como un producto turístico, al conformar rutas turístico-gastronómicas o simplemente promover destinos gastronómicos que se han convertido en motivadores del desplazamiento).

Por supuesto, de este conjunto de estudios han surgido también términos, conceptos y teorías diversas no sólo en relación con la clasificación de los alimentos (los derivados de lácteos, los que contienen proteínas, carbohidratos, frutas y verduras, cuáles son los que contienen más nutrientes y los que debe consumir determinada persona según sus características), de tipos de cocina (mediterránea, oriental, tradicional o si una es más sana que otra por los ingredientes o formas de preparación), sino también de formas de cocción (a fuego lento, horneado, hervido, asado y si de tal o cual manera se conservan más tiempo los alimentos, frescos y nutritivos), e incluso de cortes (en cubos, juliana, bastón, porque existe la creencia, o ya se ha comprado, que de una u otra forma rinden más o son más estéticos a la vista).

De cualquier forma, llámese ciencia, arte o disciplina, la gastronomía, conocida como tal desde hace más de 200 años, goza hoy en día de gran popularidad, ya que abarca un amplio espectro de temas y estudios y su conocimiento y aplicación se encuentra en constante movimiento y renovación. Este dinamismo ha permitido modificar procesos y técnicas, inventar equipos y artilugios, renovar las formas de alimentarse, cocinar, servir y presentar todo tipo de platillos y productos gastronómicos que determinan al mismo tiempo la mencionada relación entre el hombre y los alimentos.

Lo que es también un hecho es que en las dos últimas décadas, gracias a los medios de comunicación (televisión, revistas y más recientemente el internet), todo lo relativo a la comida y a quienes la preparan han propiciado de forma casi automática la aparición de ciertas tendencias gastronómicas o modas que se han diseminado y cobrado fuerza en todo el mundo, que también son objeto de estudio e investigación. Pero ¿cuál es la diferencia entre una tendencia y una moda?, ¿cuál es su relación con la gastronomía y qué medios de comunicación las están promoviendo? Estas preguntas se responderán en el siguiente apartado porque se considera que determinan la concepción de la disciplina y su instrumentación en las instituciones educativas que promueven la formación de profesionales en este campo.

1. ¿Tendencia o moda?

Si bien es cierto que son escasos los estudios científicos en relación con las tendencias o modas en el ámbito gastronómico, sí se ha debatido al respecto en los espacios académicos y mediáticos. Para Susana Saulquin (citada en Capelli, 2009) la tendencia es una fuerza que hace que un objeto se incline hacia otro y oriente su pensamiento hacia otro rumbo. “Dado un conjunto de datos, recogidos durante un determinado periodo de tiempo, se llama tendencia a un tipo de evolución que se destaca por una línea que ajusta y da sentido a dicho conjunto”.

Pero ¿qué es lo que propicia que haya una inclinación, una propensión hacia un lado o hacia otro, hacia determinado tipo de alimento, de cocina, de producto gastronómico?, ¿cómo se da todo este proceso evolutivo? De acuerdo con Surgenia (2012), si bien es cierto que cada sector o categoría de productos tiene sus especificidades, dentro de su proceso natural de mutación pueden identificarse tres momentos continuos que suelen estar presentes en cada uno de ellos, y entre todos aportan una serie de datos en cierto tiempo (Erner, 2010, también hace alusión a los momentos que permiten establecer cuál es la tendencia).

Los momentos son: a) etapa de visualización, b) etapa de deconstrucción de lo observado y c) etapa de reconstrucción de la realidad. La suma sistemática de todos arroja la tendencia. En la primera deben analizarse las novedades, aquellos sucesos repentinos, cosas nuevas e incluso cambios recientes que hagan posible determinar de forma genérica qué es lo que está pasando en relación con el ámbito o producto que se esté examinando.

El estudio además sugiere hacer visitas a aquellos espacios donde pudieran generarse las originalidades (eventos, ferias, congresos) o a ciertos espacios comerciales o tiendas de prestigio y, al mismo tiempo, revisar fuentes documentales como políticas gubernamentales, estudios de *marketing* y de preferencias de consumidores; igualmente recomiendan dar seguimiento a personalidades influyentes en el segmento que se trate y que se consideran “embajadoras”.

Esta visión panorámica puede ser complementada con la identificación de los premios y reconocimientos que se otorgan (relacionados con el producto que se examina) y las entrevistas hechas a expertos o analistas que permitan enriquecer e incluso validar las observaciones realizadas. Esta etapa permite adentrarse en la materia prima y tener una visión de conjunto.

La deconstrucción de lo observado sugiere “tomar distancia” del tema que se estudia, establecer conexiones entre todos los datos recopilados en la etapa anterior y proceder al análisis de los casos más relevantes que se hayan identificado. Así se tendrá información depurada, precisa, en relación con el producto y una vista específica del objeto.

En la última etapa, que corresponde a la reconstrucción de la realidad, se deben agrupar los rasgos identificados como innovadores, caracterizar a los grupos de personas que se visualizan como consumidoras del producto y hacer una clarificación y ejemplificar en función de los sujetos. Así, este proceso de vigilancia continua de todos los elementos involucrados permite determinar una tendencia.

Con base en estos planteamientos se puede colegir que la tendencia tiene un rumbo o dirección determinada: sabe a dónde va y se ajusta a dicho fin. Al respecto, Massonier (2008) sostiene que tanto el diseño de un producto como los

medios de comunicación juegan un papel importante en el establecimiento de las tendencias, ya que despiertan un gusto culturalmente inducido; se dirige, se persuade al consumidor a comprar o adquirir algo. En palabras de Doria (2012: 101):

El término *tendencia* entraña todas las motivaciones compartidas colectivamente que condicionan las elecciones del consumidor y dirigen su consumo. Podemos definir una tendencia como propensión, inclinación o preferencia hacia lo que se tiende. Las tendencias son premonitorias porque primero se insinúan y luego cobran impulso. Las tendencias no son independientes, existe una fuerte interacción, incluso puede contradecirse, dado que reflejan los hábitos futuros del consumidor, y en general las personas se encuentran con muchas contradicciones.

Otra de las características de una tendencia que se pueden inferir es que el propósito de ella es compartido por un colectivo, por un grupo de gente que piensa y actúa en consonancia, y por supuesto el hecho de que la tendencia determina ciertas formas de ser y actuar, pues propicia que se conviertan en hábitos, en prácticas cotidianas.

Esta forma habitual de proceder ha provocado que la tendencia sea confundida con la moda, por lo que conviene establecer una diferencia. La moda suele ser un mecanismo de la tendencia, ya que regula las elecciones de las personas porque es instigada e instaurada por un colectivo y se convierte en una constante de su entorno. La tendencia actúa de forma opuesta: comúnmente es adoptada por un individuo y dicha selección condiciona su adhesión a un grupo social que comparte los mismos gustos.

En cambio la moda, aunque primero es seguida por un conjunto grande de personas, resulta ser pasajera, aplicable sólo a un tiempo y espacio determinados por lo que normalmente no deja huella o marca como lo hace una tendencia. Para Lipovetsky (citado en Corral, 2007: 42-43), existen más diferencias: la moda es una búsqueda de la novedad y una forma de venerar el presente a través del consumo, impera y rige los gustos y preferencias durante un tiempo, incluso llega a ser cíclica y tiende a repetirse después de algunos años, pero es efímera. Se trata de una búsqueda permanente de identidad personal, de ser diferente, único, exclusivo, y, aunque sí se busca pertenecer a un grupo, éste es voluble, cambiante, los cuales son rasgos que se consideran distintos a la tendencia.

En el ámbito de la gastronomía, los medios de comunicación virtuales son los que han apoyado el *boom* de diversas tendencias, las cuales se han hecho cada vez más conocidas y aplicadas en los tres campos: el científico, el artístico y el disciplinario. Sin embargo, los medios que proliferan para la difusión de temas gastronómicos son los *blogs* (sitios web que abordan una

temática particular y que permiten el diálogo con los usuarios a través de una sección de comentarios), periódicos en línea (que difunden la temática en forma de reportajes o noticias), páginas *web* de *chefs*, restaurantes y asociaciones relacionadas con la industria gastronómica, tanto nacionales como internacionales, y revistas de gastronomía o de cocina divulgadas a través de internet. En relación con la producción científica de gastronomía que se publica en revistas indizadas, los temas abordados se relacionan con cocina tradicional, ecosustentabilidad y cocina molecular, los cuales forman parte de las tendencias gastronómicas que se explican en el siguiente apartado.

2. ¿Cuáles son las tendencias gastronómicas predominantes?

Los medios de comunicación constituyen sin duda los recursos por excelencia que hacen posible la rápida disseminación de una tendencia, tal y como ya se ha señalado en el apartado anterior. De aquí que se haya considerado importante identificar cuáles de ellos son los que han sido más utilizados en el campo de los alimentos y la cocina, y qué tendencias predominan en dicho ámbito. Ketchum (2005) indica que, si bien los discursos mediáticos relacionados con la comida han proliferado a lo largo de los últimos 20 años, fue durante la última década que se presenció por primera vez el surgimiento de una red de televisión, *The Food Network*, que se dedica exclusivamente a tratar temas culinarios.³

Aunque la televisión, en relación con la gastronomía, no ha perdido su poder de atracción, sí ha tenido que compartirlo con internet. Hay quienes opinan que la “red de redes” es mejor que la televisión. En este sentido:

No se trata de que los contenidos sean originales o mejores, sino oportunos. Muy pocas cosas pueden ser tan pertinentes para ver *on demand* como un video de cocina paso a paso. Porque el paso a paso puede verse en el momento indicado, exactamente para preparar esa cosa. Y hay millones de videos *step by step* en internet para hacer cualquier plato o resolver técnicas específicas (Gallo, 2011)

3. En los años sesenta los programas de cocina dominaban la televisión, comandados por Julia Child, cuyo exitoso *The French Chef* (1963) se considera precursor de los exitosos canales y series culinarias que se conocen hoy en día.
4. Piedra y Martínez (2007: 34) indican que: “las publicaciones científicas son depositarias de los conocimientos documentales que la humanidad acumula en cualquier campo del saber y constituyen la vía fundamental para transmitir dichos conocimientos debido a que no es posible el proceso de transmisión directa por aquellos que la producen o poseen a todos y cada uno de los que la necesitan”.

Entonces esta posibilidad de la inmediatez, respuesta global y sin fronteras que ofrece el internet, tal vez sea lo que le otorgue actualmente una ligera ventaja. Pero existe también otro medio de comunicación que ha permitido la rápida divulgación del tema culinario: las publicaciones periódicas. De acuerdo con el objeto de estudio, son las revistas indizadas las que aportan legitimidad y avances del conocimiento científico de la gastronomía.

Dichas publicaciones conforman una parte de la producción científica (PC) que suele generarse en las universidades, los centros de investigación, laboratorios u observatorios. Para Menezes (citado en Vicentelli y Witter, 2009: 166), la producción científica significa: “el conjunto de estudios realizado por investigadores de diversas áreas, que generan conocimientos y que están aprobados por la comunidad científica; y los resultados de los estudios, divulgados por medios de comunicación formal, informal y no convencional”.

En este sentido, se destaca que existen otros recursos para dar a conocer los estudios e investigaciones y que todos ellos en conjunto pueden conformar la PC, pero también debe señalarse que a todo aquello que se genera, se difunde o se divulga se le suele aplicar el nombre genérico de científico sin importar si realmente profundizan en el objeto de estudio que se trate o si producen un nuevo conocimiento, y por ende contribuyen al avance de la ciencia o de la disciplina o si dan a conocer nuevos conceptos y teorías que pudieran resultar únicamente interesantes o motivo de discusión para la comunidad científica, artística o académica.⁴

Independientemente del propósito y del interés que despierte la información que se publique como PC se considera que su importancia debe juzgarse no por la cantidad o tipo de publicaciones que se emitan y revisen, sino por la utilidad que puedan tener para la persona, grupo o institución que la consulte y, a un mismo tiempo, la legitimidad que su (s) autor (es) posea (n).

Para dar cuenta de las tendencias gastronómicas que se están investigando y difundiendo en Iberoamérica, se eligieron como muestra revistas relacionadas con la gastronomía. No se consideraron medios como la televisión y el internet porque, aun cuando han contribuido de forma significativa a la divulgación y conocimiento del campo gastronómico, se calcula que carecen de rigor científico.

Las revistas analizadas fueron ubicadas en los índices Redalyc, Latindex y SciELO, los cuales se consideran ampliamente conocidos y utilizados en el ámbito científico y disciplinario, en términos académicos, de dicha demarcación. Por su parte, Redalyc (Red de Revistas Científicas de América Latina y El Caribe, España y Portugal) (2013) es una plataforma que nace en 2003 impulsada por la Universidad Autónoma del Estado de México. Ofrece acceso abierto y gratuito a la PC de revistas iberoamericanas de todas las áreas del conocimiento.

Latindex (Sistema regional de información en línea para Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal) tiene el objetivo principal de difundir, hacer accesible y elevar la calidad las revistas académicas editadas en la región. Surge en 1995 en la Universidad Nacional Autónoma de México (2010). SciELO (Scientific Electronic Library Online) (Biblioteca Científica Electrónica en Línea) (2013) permite medir el uso y el impacto de sus publicaciones. Surgió en 1997 como producto de la cooperación entre la Fundación de Apoyo a la Investigación del Estado de São Paulo, Brasil, el Centro Latinoamericano y del Caribe de Información en Ciencias de la Salud, así como de diversas instituciones relacionadas con la comunicación científica y editores científicos.

En estos tres índices se identificaron 82 revistas que abarcan diferentes disciplinas, pero relacionadas con la gastronomía (como la educativa, cultural, nutricional, antropológica, etcétera); de ellas, se revisaron 142 artículos relacionados con las tendencias gastronómicas propuestas por Boleaga (2009).

Dicha clasificación comprende ocho tendencias: Regreso a lo básico, Gastronomía ecosustentable, Ciencia en la cocina, Chefs de marca, Disfrute gastronómico, Bienestar culinario, Feminización profesional culinaria y Movilidad gastronómica (Boleaga, 2009).

La consideración de las tendencias propuestas por este autor obedece a que integran otros temas e incluso modas que han surgido en los últimos años en el ámbito gastronómico. Por citar algunos ejemplos, dentro de la tendencia Regreso a lo básico, se encuentra la preferencia notoria por “rescatar las recetas de la abuela” y la cocina tradicional, tal como se manifiesta a través del acuerdo publicado el 5 de agosto de 2015 en el Diario Oficial de la Federación (Presidencia de la República, 2015), mediante el cual se establecen los ejes estratégicos de la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional o bien la Gastronomía ecosustentable en la que se puede ubicar la dieta mediterránea, la cocina macrobiótica, vegana o vegetariana.

A continuación se describen las tres primeras, que se identificaron como predominantes en las publicaciones revisadas. Destaca que de los 142 artículos analizados, 66% contiene información relativa a la tendencia Regreso a lo básico; 21% trata de Gastronomía ecosustentable y 9.9% aborda temas relacionados con Ciencia en la cocina; las tendencias restantes tuvieron muy poca presencia y por ende incidencia en las publicaciones revisadas durante el periodo julio-diciembre 2013. Ahora, se describen dichas tendencias reconocidas en las publicaciones periódicas y de las cuales han derivado otras corrientes, cocinas y prácticas culinarias.

2. 1. El regreso a lo básico

En todo el mundo se está tratando de recuperar las raíces, de rescatar ingredientes autóctonos, de identificar la comida

propia respecto a las de otras culturas. Por ello los platillos nacionales, sin importar cuál sea su nación, están tomando nueva fuerza, tratando de regresar a lo básico y de enfrentar los embates de la globalización. Es cierto que históricamente ha existido apertura hacia la experimentación y la innovación, pero también la tendencia a permanecer fiel a la tradición (a lo antiguo y heredado), ya que produce en la persona la sensación de pertenencia a un lugar, familia o grupo.

Esta búsqueda de identidad, de la raíz, del rescate de los insumos originales e incluso endémicos, de regreso a las técnicas de los antepasados, a la elaboración de recetas más simples obedece, de acuerdo con Boleaga (2009), a una reacción natural en contra de la pérdida de la identidad cultural porque se trata de rescatar la fuente, el origen, de recordar las recetas de la abuela, consumir y utilizar productos regionales, procesos ancestrales y platillos representativos de una cultura y lugar.

En esta tendencia, las cocinas regionales adquieren un papel relevante, ya que la mayor parte de la gente piensa que si está en determinado lugar, lo que debe probarse es la comida de ahí, pues representa la esencia de un grupo social, de un pueblo indígena, de sus modos de vida y costumbres, de una época, de un hecho histórico. Pero este regreso a lo básico también implica volver a la raíz: a la esencia de los productos y sabores, a la conservación de las cocinas de antaño y, al mismo tiempo, a su difusión como parte del patrimonio de la humanidad. En México, Ceballos (2011) postula:

La base de nuestra cocina es el maíz, los frijoles y los ajíes, y a partir de estos tres elementos se pueden realizar exquisitos platillos con un nivel de calorías muy balanceado [...]. Cabe recalcar que la longevidad de nuestros antepasados se debió principalmente a la calidad de alimentos que consumían, a diferencia de la actualidad, donde lamentablemente la comida frita ocupa un importante lugar en la mesa.

Así, puede decirse que los artículos que aparecen en las revistas analizadas se relacionan con las características de esta tendencia que tienen que ver tanto con la utilización y rescate de ingredientes locales y recetas tradicionales como con la promoción de una cocina más saludable, nutritiva y sana; elementos que igualmente se relacionan con la siguiente tendencia.

2. 2. Gastronomía ecosustentable

La utilización de productos frescos, de estación, locales, es la base de la gastronomía ecosustentable. “Es una dinámica en la que el consumidor consume [sic] alimentos más ricos, frescos, enteros e inmediatos y quien produce lo hace en condiciones más justas, de acuerdo con las temporadas y en tal volumen y variedad que no estresa el entorno en el que

se produce” (Téllez, citado en Chan, 2009). Con lo anterior se establecen vínculos más estrechos entre productores y consumidores, y se evita intermediarios además de reactivar economías locales.

También implica el consumo de ingredientes de la región, que se produzcan y cultiven tratando de no dañar al medioambiente, evitar el uso de pesticidas, fertilizantes o aditivos, consumir productos endémicos y de temporada para así respetar sus ciclos naturales y su frescura, igualmente huir del excesivo procesamiento de los alimentos e inclinarse por la reducción de los impactos ecológicos, adquirir frutas y verduras cultivadas por campesinos en huertos familiares y en puntos de venta locales.

En las revistas examinadas los artículos abordan esta tendencia no sólo como una opción saludable y amigable con el ambiente, sino como un recurso para promover valores como la justicia y equidad al apoyar a las comunidades rurales evitando en lo posible a los proveedores o intermediarios y, a un mismo tiempo, impulsando las técnicas agrícolas tradicionales y el rescate de los productos regionales.

2. 3. La ciencia en la cocina

La física y la química comenzaron a mezclarse en los platillos a fines de los sesenta cuando al hacer combinaciones de texturas, sabores, formas e ingredientes, aparentemente incompatibles entre sí, se volvió una moda. Se pretendía aprovechar los resultados de investigaciones para hacer los maridajes perfectos entre los diversos insumos culinarios. En la actualidad se trata de aprovechar los avances científicos y tecnológicos a favor de la cocina. Todo se relaciona con la parte científica: desde la mejora de insumos (hibridación de productos, manipulación genética), la innovación en técnicas y procesos (rápidos, económicos y novedosos) hasta la originalidad en la presentación (colores, *performances*) e incluso el desarrollo del gusto (cambios físicos y químicos en olores, sabores, vista).

Se dice que los orígenes de esta tendencia están en la cocina molecular: “una variante de la ciencia de los alimentos que recurre a nuevas herramientas, ingredientes y métodos de preparación [...], aquella que los chefs pueden utilizar para cocinar basándose en los resultados de la experimentación teórica-predictiva” (Sáez de Ocaris, 2012). Pero para algunos físicos, e incluso para ciertos chefs, analizar las propiedades moleculares de cada ingrediente, y mezclarlas según su compatibilidad de olor y sabor, no era suficiente.

Querían tener datos científicos precisos para poder medir y equilibrar la combinación de ciertos componentes. Empresas como Sense of Taste en Bélgica ya trabajan en conjunto con centros de investigación de universidades de

todo el mundo para enriquecer su base de datos recopilando las propiedades de cada ingrediente y procesándolas mediante algoritmos informáticos que generan un “árbol de alimentos” e indicando cuáles presentan mayores similitudes y por lo tanto posibilidades de éxito (Aradas, 2012).

La cantidad y tamaño de las porciones, la unión de elementos comestibles que pudieran parecer disímiles entre sí a simple vista siempre dependerá de la imaginación, creatividad e incluso conocimientos científicos de cada chef. Blumenthal, uno de sus primeros representantes, refiere:

Un concepto de cocina basada en la investigación, la experimentación y, sin duda, el juego: el comensal que se sentaba a su mesa debía poner en juego todos sus sentidos. Así que el cliente podía ‘completar’ un plato con diferentes sonidos emitidos de un iPod. De hecho, Blumenthal desarrolló un estudio con la Universidad de Oxford hace más de seis años sobre el papel del sonido al comer un plato y su impacto sobre la percepción del sabor por parte del cliente (citado en Fernández, 2012).

En las revistas analizadas no sólo se habla de estas características científicas aplicadas en técnicas y procesos, sino que también se abordan otros elementos que representan a esta inclinación gastronómica, como es el caso de la incorporación de novedosos artilugios, lo más avanzado en términos tecnológicos. Claro que la información relacionada con estos aparatos y muchos otros mecanismos culinarios no son tanto objeto de un tratamiento teórico o conceptual sino que son presentados como ejemplos de los avances científicos y los adelantos tecnológicos que contribuyen a mejorar los tiempos y formas de cocinar para seguir dándole la fama de dinámica y evolutiva a la gastronomía.

Conclusiones

¿Es la gastronomía una ciencia, un arte o una disciplina? Desde el ámbito de la academia, donde se impulsa la formación de profesionales, se considera que es una disciplina con un objeto de estudio delimitado, que es la relación del hombre con la alimentación, lo que también ha hecho posible su conceptualización, teorización y el surgimiento de nuevas carreras y orientaciones para la educación en este campo.

Pero también se reconoce que la perspectiva multidisciplinaria, desde la cual se ha abordado históricamente ha permitido su experimentación, su análisis y crítica, así como también su innovación, lo cual ha propiciado el surgimiento de tendencias gastronómicas, de ciertas formas de ser y actuar compartidas por un colectivo, que han llegado a convertirse en hábitos y prácticas, en un estilo de vida.

En cuanto a las tendencias estudiadas por Boleaga (2009), son tres las que dominan el campo de la producción científica en Iberoamérica difundida a través de revistas indizadas: De regreso a lo básico (relacionada con la identidad cultural), Gastronomía ecosustentable (con la utilización de productos endémicos, de estación y que no dañen el medioambiente) y Ciencia en la cocina (que impulsa la experimentación, así como la incorporación de la tecnología en la cocina). Finalmente se concluye que la primera es la que prevalece y, que en términos prospectivos, en los próximos veinte años permanecerá en el paisaje gastronómico nacional.

Prospectiva

¿Qué será lo que se demande a futuro en el ámbito gastronómico en relación con la producción científica? Con base en el análisis de los artículos publicados en revistas indizadas de Iberoamérica seguirá predominando la tendencia De regreso a lo básico. El reconocimiento de la gastronomía mexicana en 2010 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura como Patrimonio de la Humanidad, tomando como modelo Michoacán, ha sido motivo de campañas publicitarias, diseño de rutas turístico-gastronómicas y programas de inversión por parte del gobierno mexicano, lo que sin duda constituye un “espaldarazo” para dicha tendencia.

En lo que respecta a las políticas públicas, las autoridades (*El Economista*, 2014) indicaron que se seguirá promoviendo el patrimonio gastronómico nacional porque se considera indispensable para la atracción de turistas e inversionistas en dicho ramo.

La actividad gastronómica forma parte del sector terciario —el relacionado con comercio, servicios, comunicaciones y transportes—, donde también se ubica el turismo, que constituye la cuarta fuente de divisas en nuestro país (después del petróleo, de las remesas que los migrantes mexicanos envían a sus familiares y de la industria automotriz).⁵

Por otro lado, se considera que en materia gastronómica lo que se demandará en los próximos años son investigaciones ambientales (ecológicas y sustentables), y en el terreno de la ciencia aplicada (experimentación culinaria de vanguardia) es un rubro incipiente en nuestro país, donde es un hecho que poco se invierte económicamente para el desarrollo y utilización de productos gastronómicos ecosustentables, así como en invenciones y patentes tecnológicas.

En relación con la formación profesional en la disciplina gastronómica en Instituciones de Educación Superior (IES), se vislumbra que la orientación predominante será la administrativa por su carácter eminentemente pragmático e instrumental. La ausencia o escasa producción científica en este campo permite respaldar esta afirmación. De este modo las carreras relacionadas con las ciencias económico-administrativas se visualizan como una orientación que predominan en la educación gastronómica: *management* y gestión de servicios en establecimientos de A y B, reclutamiento y capacitación de recursos humanos, así como temas de *marketing*, segmentación de mercados y posicionamiento de productos y servicios.

A manera de cierre, se sugieren como líneas futuras de investigación gastronómica lo relativo a la conceptualización y teorización de la gastronomía como ciencia, arte o disciplina, temas poco analizados y discutidos de forma seria y profesional. Y respecto a la producción científica, bien pudiera continuarse con la identificación, clasificación y análisis de lo publicado en libros, tesis y proyectos de investigación no sólo de Iberoamérica, sino de cualquier región del mundo donde la gastronomía sigue siendo tópico de interés y actualidad.



5. En 2013, México recibió 23 millones de visitantes y se generó una captación de divisas de casi 13 000 millones de dólares, por lo que se busca “seguir siendo competitivos en sol y playa. Pero tenemos enormes atributos para competir en el sector cultural, que se revela como el segundo segmento del sector” (Ruiz Massieu, citada en *El Economista*, 2014).

Bibliografía

- Alonso, E. (2013). ¿Chef o gastrónomo? *Claustronomía. Revista Gastronómica Digital*. Disponible en: <http://www.elclauastro.edu.mx/claustronomia/index.php/16-investigacion/142-chef-o-gastronomo>
- Aradas, A. (2012). Por qué está rico el caviar con chocolate. BBC. *Mundo Tecnología*. Consultado el 22 de junio de 2012. Disponible en: http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/06/120622_tecnologia_parejas_sabores_aa.shtml
- Arbolea, J. C. (2014). *International Journal of Gastronomy and Food Science*. Disponible en: <http://www.gastronomyfoodscience.com/editorial-board/>
- Beltrán, J. E. (2004). Kant y sus convidados. *Revista Digital Universitaria*, 5(11) Disponible en: http://www.revista.unam.mx/vol.5/num11/art86/dic_art86.pdf
- Boleaga, E. (2009). Tendencias gastroculturarias. *Gastronomía de México*, 25, 36-38.
- Capelli, E. (2009). Gestión de tendencias en productos de moda. *Blog de Tendencias de Moda*. Montevideo, Uruguay: Universidad ORT. Disponible en: <http://tendenciasdemodacolegiatura.blogspot.mx/2009/08/gestion-de-tendencias-en-productos-de.html>

- Ceballos, M. (2011). *La chef Miriam Ceballos promueve el retorno a las raíces de la cocina mexicana como alternativa saludable*. Agencia EFE (noticias). Consultado el 6 de mayo 2011. Disponible en: <http://www.sandiegored.com/noticias/11227/La-chef-Miriam-Ceballos-promueve-el-retorno-a-las-raices-de-la-cocina-mexicana-como-alternativa-saludable/>
- Corral, R. (2007). Gilles Lipovetsky: una sociología del presente pos (hiper) moderno. *Revista Casa del Tiempo*, octubre-noviembre, 1, 2007: 41-46. Disponible en: http://www.difusioncultural.uam.mx/casadel-tiempo/01_oct_nov_2007/casa_del-tiempo_eIV_num01_41_46.pdf
- Cumbres Iberoamericanas (1994). *Quiénes somos*. Equipo: Alicia Fraerman y Tito Drago. Ediciones Comunica. Disponible en: <http://www.cumbresiberoamericanas.com/historico/principal.php?m=7>
- Chan, J. (2009). Cocina mexicana sostenible: regreso a lo básico. *Vinísfera.com* (reportajes, entrevista al chef Jair Téllez). Consultado el 20 de mayo de 2009. Disponible en: <http://vinisfera.com/r/archivo/114>
- Doria, P. (2012). Perspectivas sobre moda, tendencias, comunicación, consumo, diseño, arte, ciencia y tecnología. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- El Economista* (2014, 20 de enero). *Prioridad para México, calidad en el sector turístico*. Sector. Sección Sector Industrial. Disponible en: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/01/20/prioridad-mexico-calidad-sector-turistico-sector>
- Erner, G. (2010). *Sociología de las tendencias*. España: Ediciones Gustavo Gili.
- Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) (2009). *Ferrán Adriá. Agenda Ciudadana de Ciencia e Innovación*. España. Disponible en: http://www.reto2030.eu/export/download/descargas_web_agenda_ciudadana/FERRAN_ADRIA_ES.pdf
- Fernández, M. (2012). *Dinner*, la cocina histórica británica de Heston Blumenthal en formato de segunda marca. *Gastroeconomy*: el portal de gastronomía empresarial y tendencias para *foodies*. España. Disponible en: <http://www.gastroeconomy.com/2012/05/dinner-la-cocina-historica-britanica-de-heston-blumenthal-en-formato-de-segunda-marca/>
- Gallo, J. (2011). Foodleaks, la gastronomía se fuga hacia internet. *Planeta Joy, Joy Magazine*. Sección Inutilísima. Argentina: Tough Match SRL. Disponible en: http://www.planetajoy.com/?Foodleaks:_la_gastronomia_se_fuga_hacia_internet&page=ampliada&id=2977
- Gillespie, C. (2001). *European gastronomy into the 21st century*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Ketchum, C. (2005). The essence of cooking shows: How the food network constructs consumer fantasies. *Journal of Communication Inquiry*, 29, 217-234. Disponible en: <http://jci.sagepub.com/content/29/3/217.full.pdf+html>
- Linkedin (2014). *Ernesto Boleaga. Perfil completo*. Disponible en: <http://mx.linkedin.com/pub/ernesto-boleaga/a/775/399>
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama.
- López, G. (2013). Prácticas disciplinares, prácticas escolares: qué son las disciplinas académicas y cómo se relacionan con la educación formal en las ciencias y en las humanidades. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 18(57), 383-412.
- Massonier, V. (2008). *Tendencias del mercado: están pasando cosas*. Argentina: Ediciones Garnica.
- Muñoz, I. (2007). La enseñanza de la gastronomía en México. *Revista Virtual Culinaria*, 3. Disponible en: http://www.uaemex.mx/Culinaria/tercer_numero/articulo01.htm
- Piedra, Y. y Martínez, A. (2007). Producción científica. *Ciencias de la Información*, 38. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/1814/181414861004.pdf>
- Presidencia de la República Mexicana (2015). Acuerdo mediante el cual se establecen los ejes estratégicos de la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional. *Diario Oficial de la Federación*. DOF 05/08/2015. Disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5402917&fecha=05/08/2015
- Red de Revistas Científicas de América Latina y El Caribe, España y Portugal (Redalyc) (2013). *Redalyc Preguntas Frecuentes* (FAQ). México: Universidad Autónoma del Estado de México. Disponible en: <http://www.redalyc.org/info.oxa?page=/acerca-de/faqredalyc.html#tab1>
- Sáez de Ocariz, J. J. (2012). Cocina y gastronomía molecular. *Revista Algarabía*, 96. Disponible en: <http://algarabia.com/del-mes/cocina-y-gastronomia-molecular/>
- Santich, B. (2007). The study of gastronomy: A catalyst for cultural understanding. *International Journal of the Humanities*, 5(6).
- Schlosburg, A. (2011). What is gastronomy? Gastronomy program. Boston University Blog. Disponible en: <http://gastronomyat-bu.com/2011/06/06/what-is-gastronomy/>
- Scientific Electronic Library OnLine (SciELO) (2013). *Sobre el SciELO*. São Paulo, Brasil. *Scientific Electronic Library on Line*. Disponible en: <http://www.scielo.org/php/level.php?lang=es&component=44&item=1>
- Surgenia (Centro Tecnológico Andaluz de Diseño) (2012). Una nueva metodología para la investigación de tendencias en diseño. *i+Diseño. Revista Internacional de Investigación, Innovación y Desarrollo en Diseño*, 7, año v. España.
- Tomasini, A. (2002). Arte y gastronomía. *En gustos se rompen géneros*. Mérida: Instituto de Cultura de Yucatán.
- Torre Marina, M. C. (2007). ¿Es la gastronomía un arte? *Hospitalidad ESDA*, julio-diciembre: 111-129. Disponible en: http://static.ow.ly/docs/27104408_FKB.pdf
- Universidad Nacional Autónoma de México (2010). *¿Qué es Latindex?* México: Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en: <http://www.latindex.unam.mx/latindex/queesLatindex.html>
- Vega, C., Ubbink, J. y Van der Linden, E. (2012). *The kitchen as laboratory: reflections on the science of food and cooking*. USA: Columbia University Press.
- Vicentelli, H. y Witter, G. (2009). Producción científica. *Revista de Pedagogía de la Universidad Central de Venezuela (1971-2005)*, 30(86): 161-188. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oxa?id=65911663008>
- William Reed Business Media (2014). *About Us*. England: S. Pellegrino/ Acqua Panna. Disponible en: <http://www.theworlds50best.com/latinamerica/en/about-us.html>